

氏名	川 端 基 夫
学 位 の 種 類	博 士 （経済学）
学 位 記 番 号	第 4026 号
学位授与年月日	平成13年12月27日
学位授与の要件	学位規則第4条第2項該当者
学 位 論 文 名	小売業の海外進出と戦略 ―国際立地の理論と実態―
論文審査委員	主 査 教 授 辻 悟一 副主査 教 授 朴 - 副主査 助教授 柴田 淳

論 文 内 容 の 要 旨

本論文は、製造業と比較してこれまで解明が大幅に遅れてきた商業、特に小売業の海外進出問題を、産業立地論の観点から考察したものである。考察対象は、日本の小売企業で、考察地域は主としてアジア諸国である。

論文構成は以下の通りである。序章に続く2章は、第3章以下の実態分析の前に展開された予備的考察である。すなわち、第1章では、製造業との比較の下で、小売業の国際化における海外出店の意義が論述されている。第2章では、小売国際化の理論的分析が不足してきた実態を踏まえて、その理論構築への一歩として、筆者独自の試論、「フィルター構造」論が提起されている。今日までの英語圏および日本の理論的成果に依拠しては、小売国際化の的確な把握はできないという筆者の考えがその根底にある。

第3章から第8章までの6章は、本論文の中心部分であり、日系小売企業の海外進出の実態分析に当てられている。まず第3章では、実態分析のための基礎データが検討されている。既存データのみでは全く不十分であるから、筆者自身の聞き取り調査により収集されたデータが整理されている。

第4章では、これまでのような、社会経済的な環境要因の羅列では満足のゆく出店要因分析は困難であるとして、日系小売企業（主体）の側の要因の考察が試みられている。第5章で明らかにされたのは、進出後の実態および閉店のメカニズムである。これまでの海外進出研究で決定的な欠落部分は閉店分析なのである。

第6章においては、日系小売企業の海外店舗がまず依拠した海外の日本人市場、すなわち日本人観光客市場と在外邦人市場の二つが検討対象となっている。第7章は、前章のいわば「飛び地市場」としての日本人市場ではなく、現地市場の解明である。その焦点は日系小売企業が期待した「中間層市場」の実態解明である。そこには「市場同質化論」では捉えられない特色がある。次の第8章の注目点は、アジアにおける中間流通問題である。アジアでは、販売すべき商品の調達、日本のその延長線上で考えることはできない。進出先での中間流通の未整備状況は、日系小売企業が直面した一大問題であり、その克服の成否が海外出店の成否そのものを大きく左右した。

第9章は、前章までの考察に基づいて、国際的な店舗立地のメカニズムを、新規出店、進出後（撤退まで）、撤退の3段階に区分して論述している。これまでの「戦略なき進出」ではなく、市場、商品調達、出店投資の3側面からの戦略構築が今後は必要であるという。

結章では、あらためて小売業の国際化の意義が問い直され、製造業とは異なり、小売業の海外出店に際しては、現地市場や外部システムとの共生をいかにして果たすかが問題となる。つまり、来るべき小売国際化の時代は共生型進出時代であるという筆者の理解・展望で、本論文は結ばれている。

論文審査の結果の要旨

本論文は、これまでほとんど明らかにされていなかった、わが国小売企業の海外進出、とりわけアジア諸国への進出の実態を、初めて本格的に解明した労作である。一体、どのような企業が、どの国どの立地場所に、いかなる時点で、どのような経緯で、どのような規模で、どのような業態で、いかなる市場を標的に、進出したのか。進出後の経営実態はどのようなもので、それを規定する要因は何なのか。撤退の実態はどうであるのか。これらの解明には、そのための情報が不可欠である。ところが、そうした情報は決定的に不足している。小売企業の海外化研究が、今日まで、そのような形で行われてこなかった一大要因は、関連情報の欠如にあった。

著者は、情報不足の状態、上のような広範囲の研究に挑んだのである。必要な情報は、著者じしんによる、現地での徹底したヒアリング調査によって収集された。本論文が有するまず第1の価値は、感嘆に値するほどの著者の意欲とエネルギーによって集められた、豊富でかつ有益な情報である。

本論文に認められる第2の価値は、実態把握の広さと深さである。実は、小売業の国際化、小売企業の海外出店の研究そのものならば、すでになん千数多く存在する。ところが、それらのほとんどは、海外進出時点に注意を限定したものすぎず、出店から増店、さらに閉店、撤退という、一連の経営意思決定過程を、包括的に解明しようとする研究ではない。本論文の卓抜した点は、そのような包括的な実態把握に挑戦し、大きく成功したことにある。もちろん、この挑戦は、上記の精力的な情報収集努力と一体であった。

本論文の広さおよび深さは、小売業の海外進出の主体側の要因にも注目していること、さらに小売企業の海外出店分析において、それまで注意の外におかれてきた商品調達問題、つまり中間流通問題、そして現地の消費市場、とくに中間層の実態と特色にも、考察のメスを入れたことにも、見られる。もう一つ加えると、進出後の業績及びその規定要因も考察されていることである。

日系小売企業のアジアでの経営実態分析は、著者自身があみだした分析枠組み、すなわち「フィルター構造論」の下で、しかも製造業の海外経営と適宜対比しながら、試みられている。製造業に関して開発された海外進出モデルなどに安易に頼ることなく、その批判的反省の上に立った「フィルター構造論」は、著者をして、新しい角度から小売業の海外化研究の推進を可能ならしめている。そして、自国の「フィルター構造」、母市場において培った小売ノウハウが、進出先の「フィルター構造」にどの程度適合するのか、またどのようにして適合させるのか、これらが当該小売企業（本論文では日系小売企業）の進出先での業績の良否を大きく規定すると、著者は考えるのである。

類書が皆無であるほどの未開拓の分野の実態を、一定の理論的枠組みの下で、解明したという点で、本論文には疑いなく大きな価値を認めることができる。しかし、問題がないわけではなく、それゆえに課題も残されている。「フィルター構造論」はまだ荒削りであり、精緻化の余地があること、ヒアリング調査の有効性は明白であるが、現地のフィルター構造の実態、小売・中間流通構造の実態の全般的考察が不十分であることは、本論文が抱える問題点の一つである。それらはとりもなおさず、著者自身が今後取り組むべき課題である。とはいえ、こうした諸点によって、本論文が持つ価値と魅力が、大きく損なわれるわけではない。かくして、小売企業の国際化研究に貴重な一ページを加えた本論文は、論文博士（経済学）の学位授与に値するものである。